

# 2020-2026年中国有机蔬菜 行业发展趋势与市场调查预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国有机蔬菜行业发展趋势与市场调查预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202006/170359.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

有机蔬菜，是指在蔬菜生产过程中严格按照有机生产规程，禁止使用任何化学合成的农药、化肥、生长调节剂等化学物质，以及基因工程生物及其产物，而是遵循自然规律和生态学原理，采取一系列可持续发展的农业技术，协调种植平衡，维持农业生态系统持续稳定，且经过有机食品认证机构鉴定认证，并颁发有机食品证书的蔬菜产品。2009年~2016年中国有机蔬菜产量走势图资料来源：中企顾问网整理

《2020-2026年中国有机蔬菜行业发展趋势与市场调查预测报告》由中企顾问网公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了有机蔬菜行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国有机蔬菜行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国有机蔬菜行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：：

第一章 有机蔬菜相关概述 1

第一节 有机蔬菜相关概述 1

一、有机蔬菜特点 1

二、有机农业和有机蔬菜 1

三、有机蔬菜与无公害蔬菜的区别 2

有机蔬菜也叫生态蔬菜，是指来自于有机农业生产体系，根据国际有机农业的生产技术标准生产出来的，经独立的有机食品认证机构认证允许使用有机食品标志的蔬菜。有机蔬菜在整个的生产过程中都必须按照有机农业的生产方式进行，也就是在整个生产过程中必须严格遵循有机食品的生产技术标准。

无公害蔬菜并不等同于有机蔬菜，有不少人把两者混淆起来，其实有机蔬菜与无公害蔬菜都是洁净蔬菜，但它们有相同的地方，也有不相同的地方。

相同点

两者的生产基地（即环境）都没有遭到破坏，水（灌溉水）、土（土壤）、气（空气）没有受到污染。其次是两者的产后（包括采收后的洗涤、整理、包装、加工、运输、贮藏、销售等环节）没有受到二次污染。

## 不同点

有机蔬菜在生产过程中不使用化肥、农药、生长调节剂等化学物质，不使用基因工程技术，同时还必须经过独立的有机食品认证机构全过程的质量控制和审查，允许使用有机肥料，主要用于基肥。不用化学农药，而用防虫网或生物农药及其他非化学手段防治病虫害。而无公害蔬菜是不用或少用化肥和化学农药，其产品的残留量经测定在国家规定的范围内的称绿色无公害蔬菜。

因此，有机蔬菜与无公害蔬菜有相同的地方，也有不同的地方。有机蔬菜也是无公害蔬菜，而无公害蔬菜就不一定是有机蔬菜。 安全食品结构 资料来源：公开资料整理  
有机蔬菜与无公害蔬菜和绿色蔬菜的区别 类别 化学农药 化肥 生长调节剂 有机蔬菜 禁止使用 禁止使用 禁止使用 绿色蔬菜 限制使用 限制使用 限制使用 无公害蔬菜 限制使用 限制使用 不限制使用 资料来源：公开资料整理

## 第二节 有机蔬菜栽培技术 3

### 一、生产基地要求 3

### 二、栽培管理 4

### 三、肥料使用 4

### 四、病虫草害防治 6

## 第三节 我国有机蔬菜行业进入壁垒/退出机制分析 7

### 一、行业进入壁垒分析 7

### 二、行业退出机制分析 7

## 第二章 2014-2019年世界有机蔬菜市场运行分析 9

### 第一节 2014-2019年世界有机食品产业运行概况 9

#### 一、全球有机食品发展回顾 9

#### 二、世界各大洲有机农业和有机食品发展状况分析 9

#### 三、世界有机食品市场消费快速增长 12

### 第二节 2014-2019年国际有机蔬菜行业各国家运行分析 16

#### 一、欧洲有机食品产业在世界上最有竞争力 16

#### 二、北美的有机食品市场以稳健的步伐持续迈进 17

#### 三、亚洲有机市场和贸易额增速平稳 21

#### 四、澳大利亚、新西兰的有机产品市场相对较小 24

### 第三节 2020-2026年世界有机蔬菜产业新趋势探析 25

### 第三章 2014-2019年我国有机蔬菜产业运行环境分析 26

#### 第一节 2014-2019年我国宏观经济环境分析 26

- 一、2014-2019年我国宏观经济运行情况 26
- 二、2020-2026年我国宏观经济形势分析 54
- 三、2020-2026年我国投资趋势及其影响预测 56

#### 第二节 2014-2019年我国有机蔬菜行业标准分析 56

- 一、《全国农业可持续发展规划（2015—2030年）》 56
- 二、《关于全面深化农村改革加快推进农业现代化的若干意见》 62
- 三、《关于进一步规范无公害农产品认证申请工作的通知》 66
- 四、《全国蔬菜产业发展规划（2011-2020年）》 67

#### 第三节 2014-2019年我国有机蔬菜行业社会环境分析 73

- 一、生态环境 73
- 二、人口环境 75
- 三、教育、科学技术和文化 77

#### 第四节 2014-2019年我国有机蔬菜行业发展技术环境 83

- 一、行业技术发展现状 83
- 二、行业发展技术分析 84

### 第二部分 行业深度分析 88

### 第四章 2014-2019年我国蔬菜种植行业运行形势分析 88

#### 第一节 2014-2019年我国蔬菜产业动态分析 88

- 一、湖北孝感把蔬菜产业做强做大 88
- 二、山西天镇县设施蔬菜产业稳步发展 89
- 三、汉川蔬菜产业成农民增收“加速器” 90
- 四、德州首家国家级“供港蔬菜基地”获批 91
- 五、山东沂南推广“蔬菜补光灯”抗病高产 91

#### 第二节 2014-2019年我国蔬菜种植概况 91

- 一、我国蔬菜种植规模及重点产区分布 91
- 二、蔬菜种植技术水平研究 95
- 三、我国蔬菜新品种情况分析 96
- 四、我国蔬菜种植业成本与收益 972016年我国部分蔬菜品种成本与收益情况（元/亩）

总成本 净利润 成本利润率 露地西红柿 4183.58 2657.86 63.53% 设施西红柿 8188.11

5307.14 64.82% 露地黄瓜 4367.95 1844.13 42.22% 设施黄瓜 8438.82 4608.69 54.61%  
露地茄子 3764.55 1717.85 45.63% 设施茄子 8395.97 4207.00 50.11% 露地菜椒 3568.16  
1555.42 43.59% 设施菜椒 6142.35 3084.14 50.21% 资料来源：农业部

### 第三节 2014-2019年我国蔬菜市场运行总况 98

#### 一、我国蔬菜市场供给情况 98

2015年我国国内蔬菜产量为78526.1万吨，2016年我国蔬菜产量为79779.7万吨。 2007-2016年  
我国蔬菜产量走势 资料来源：国家统计局

#### 二、我国蔬菜市场热点品种销售情况 100

#### 三、我国蔬菜重点区域价格同比分析 103

### 第四节 2014-2019年我国蔬菜种植业热点问题探讨 105

#### 一、季节性矛盾 105

#### 二、区域性矛盾 105

#### 三、结构性供给矛盾 105

### 第五节 2014-2019年我国蔬菜种植业发展战略研究 106

#### 一、提高蔬菜制品的附加值 106

#### 二、提高蔬菜制品的品质和安全性 107

#### 三、降低蔬菜制品的成本 107

## 第五章 2014-2019年我国有机蔬菜行业运行分析 108

### 第一节 2014-2019年我国有机蔬菜行业发展状况分析 108

#### 一、我国有机蔬菜行业发展阶段 108

#### 二、我国有机蔬菜行业发展总体概况 112

#### 三、我国有机蔬菜行业发展特点分析 113

#### 四、我国有机蔬菜行业商业模式分析 113

### 第二节 2014-2019年我国有机蔬菜行业发展现状 116

#### 一、2014-2019年我国有机蔬菜行业市场规模 116

#### 二、2014-2019年我国有机蔬菜行业发展分析 116

#### 三、2014-2019年我国有机蔬菜企业发展分析 118

### 第三节 2014-2019年我国有机蔬菜行业规模情况分析 119

#### 一、行业单位规模情况分析 119

#### 二、行业人员规模状况分析 119

#### 三、行业资产规模状况分析 120

#### 四、行业市场规模状况分析 120

#### 第四节 2014-2019年我国有机蔬菜行业财务能力分析 121

##### 一、行业盈利能力分析与预测 121

##### 二、行业偿债能力分析与预测 122

##### 三、行业营运能力分析与预测 122

##### 四、行业发展能力分析与预测 123

#### 第六章 2014-2019年我国有机蔬菜产业运行形势分析 125

#### 第一节 2014-2019年我国有机蔬菜发展状况分析 125

##### 一、我国发展有机蔬菜具有重要意义 125

##### 二、我国有机蔬菜转攻国内市场 126

##### 三、我国有机蔬菜出口国际市场潜力分析 126

#### 第二节 2014-2019年我国有机蔬菜种植概况 127

##### 一、我国有机蔬菜种植规模及区域分布 127

##### 二、甘肃临泽绿色有机蔬菜种植面积达8.8万亩 128

##### 三、乌鲁木齐米东区蔬菜种植面积达到6万亩 128

##### 四、有机蔬菜种植关键技术 128

#### 第三节 2014-2019年我国有机蔬菜基地状况分析 129

##### 一、山东省肥城市有机蔬菜基地 129

##### 二、河北霸州西粉营有机蔬菜基地 129

##### 三、湖南益阳发展有机蔬菜品牌种植基地 130

##### 四、广州首家全有机蔬菜生产基地揭牌 131

##### 五、东北首个有机农业开发基地落户大连 131

#### 第四节 2014-2019年我国有机蔬菜发展面临的问题及发展策略 132

##### 一、有机蔬菜消费面临的难题 132

##### 二、有机蔬菜期盼行业标准 133

##### 三、发展有机蔬菜的对策分析 133

#### 第七章 2014-2019年我国有机蔬菜市场消费调研分析 137

#### 第一节 2014-2019年我国有机蔬菜市场综述 137

##### 一、消费者对有机蔬菜消费意识形态 137

##### 二、有机蔬菜价格一时难降对消费者的影响 137

### 三、有机蔬菜消费市场发展建议 138

## 第二节 2014-2019年我国有机蔬菜市场消费深度剖析 141

### 一、消费者对“有机”、“绿色”、“无公害”认知及消费比重 141

### 二、购买有机蔬菜的消费者组成及所占比重 144

### 三、购买有机蔬菜的频率 145

### 四、对品种的选择和对品种多样性的需求 145

## 第三部分 行业竞争格局 147

## 第八章 2014-2019年我国有机蔬菜行业市场竞争格局分析 147

### 第一节 有机蔬菜行业竞争结构分析 147

#### 一、行业内现有企业的竞争 147

#### 二、新进入者的威胁 148

#### 三、替代品的威胁 148

#### 四、供应商的讨价还价能力 149

#### 五、购买者的讨价还价能力 149

### 第二节 行业集中度分析 150

#### 一、市场集中度 150

#### 二、企业集中度 151

#### 三、区域集中度 152

## 第九章 2014-2019年我国有机蔬菜产业优势企业竞争力分析 154

### 第一节 天人果汁集团股份有限公司 154

#### 一、企业概况 154

#### 二、企业主要经济指标分析 155

#### 三、企业盈利能力分析 156

#### 四、企业偿债能力分析 158

#### 五、企业运营能力分析 160

#### 六、企业成长能力分析 161

### 第二节 泰安泰山亚细亚食品有限公司 161

#### 一、企业概况 161

#### 二、企业主要经济指标分析 163



三、企业盈利能力分析	163
四、企业偿债能力分析	163
五、企业运营能力分析	164
六、企业成长能力分析	164
第三节 福建省闽中有机食品有限公司	164
一、企业概况	164
二、企业主要经济指标分析	166
三、企业盈利能力分析	166
四、企业偿债能力分析	166
五、企业运营能力分析	167
六、企业成长能力分析	167
第四节 北京绿富隆农业有限责任公司	167
一、企业概况	167
二、企业主要经济指标分析	169
三、企业盈利能力分析	170
四、企业偿债能力分析	170
五、企业运营能力分析	170
六、企业成长能力分析	171
第五节 吉林精气神有机农业股份有限公司	171
一、企业基本概况	171
二、企业最新动态分析	172
三、企业竞争力分析	173
第六节 济南金王食品股份有限公司	174
一、企业基本概况	174
二、企业最新动态分析	176
三、企业竞争力分析	176
第七节 北京欧阁有机农庄科贸发展有限公司	178
一、企业基本概况	178
二、企业最新动态分析	178
三、企业竞争力分析	179
第八节 砚祥有机蔬菜发展有限公司	180
一、企业基本概况	180

二、企业最新动态分析 180

三、企业竞争力分析 180

第九节 多利农业发展有限公司 181

一、企业基本情况 181

二、企业最新动态分析 181

三、企业竞争力分析 182

第十章 2014-2019年我国有机农业运行概况分析 184

第一节 2014-2019年我国有机农业的发展分析 184

一、我国有机农业的合理形式 184

二、我国有机农业认证状况分析 184

三、有机农业与生物多样性的管理分析 186

四、有机认证在有机农业发展中所起的作用 188

第二节 2014-2019年我国部分地区有机农业发展 191

一、长江三角洲地区有机农业发展状况分析 191

二、北京有机农业发展状况分析 192

三、中韩有机农业项目总投资45亿 192

四、北京房山区燕联达有机农业合作社生产形式 193

五、广西省有机农业第一县有机农产品打入东盟市场 194

六、辽宁丹东建造大型有机农业生态园 195

七、江西万载县加快发展有机农业的对策分析 196

第三节 2014-2019年我国有机生产体系与商业模式研究 198

一、生产体系结构 198

二、产业所有制结构 199

第十一章 2014-2019年我国有机食品行业运行态势分析 200

第一节 2014-2019年我国有机食品行业发展概况 200

一、我国有机食品的经营情况 200

二、我国西部有机食品发展具有优势 202

三、食品安全意识提升推动我国有机食品市场成长 203

四、有机食品的推广措施 204

第二节 2014-2019年我国有机食品市场运行动态分析 204

一、有机食品消费情况分析	204
二、有机食品认证情况分析	205
三、我国有机食品出口情况分析	207
四、有机食品营销策略分析	208
第三节 2014-2019年我国有机食品行业存在的问题与挑战	211
一、我国有机食品发展存在问题分析	211
二、大部分有机食品企业无法盈利原因分析	212
三、我国有机食品产业期待鼓励性政策支持	212
四、有机食品产业发展中有机肥的安全质量问题	213
第四节 2014-2019年我国有机食品行业发展的策略	214
第四部分 行业投资前景	215

## 第十二章 2020-2026年有机蔬菜行业投资机会与风险 215

### 第一节 2020-2026年有机蔬菜行业投资特性分析 215

- 一、有机蔬菜行业进入壁垒分析 215
- 二、有机蔬菜行业盈利因素分析 216
- 三、有机蔬菜行业盈利模式分析 216

### 第二节 2020-2026年有机蔬菜行业投资效益分析 217

- 一、2020-2026年有机蔬菜行业投资效益分析 217
- 二、2020-2026年有机蔬菜行业投资趋势预测 217
- 三、2020-2026年有机蔬菜行业的投资方向 218
- 四、2020-2026年有机蔬菜行业投资的建议 218
- 五、新进入者应注意的障碍因素分析 220

### 第三节 影响有机蔬菜行业发展的主要因素 220

- 一、有利因素 220
- 二、不利因素 221

## 第十三章 2020-2026年有机蔬菜行业发展前景预测分析 222

### 第一节 2020-2026年有机蔬菜行业发展预测分析 222

- 一、2020-2026年我国有机蔬菜行业发展前景分析 222
- 二、2020-2026年我国有机蔬菜行业发展规模分析 223

### 第二节 2020-2026年我国有机蔬菜行业投资收益预测 223

一、预测理论依据	223
二、2020-2026年我国有机蔬菜行业工业总产值预测	224
三、2020-2026年我国有机蔬菜行业销售收入预测	224
四、2020-2026年我国有机蔬菜行业利润总额预测	225
五、2020-2026年我国有机蔬菜行业总资产预测	226
四、总体行业“十三五”整体规划及预测	226
第三节 2020-2026年我国有机蔬菜行业投资风险分析	227
一、2020-2026年有机蔬菜行业市场风险及控制策略	227
二、2020-2026年有机蔬菜行业政策风险及控制策略	228
三、2020-2026年有机蔬菜行业经营风险及控制策略	228
四、2020-2026年有机蔬菜行业技术风险及控制策略	229
五、2020-2026年有机蔬菜同业竞争风险及控制策略	229
六、2020-2026年有机蔬菜行业其他风险及控制策略	229

## 第十四章 2020-2026年有机蔬菜行业投资战略研究 230

### 第一节 有机蔬菜行业发展战略研究 230

一、战略综合规划	230
二、技术开发战略	230
三、业务组合战略	232
四、区域战略规划	233
五、产业战略规划	233
六、营销品牌战略	234
七、竞争战略规划	235

### 第二节 对我国有机蔬菜品牌的战略思考 235

一、有机蔬菜品牌的重要性	235
二、有机蔬菜实施品牌战略的意义	236
三、有机蔬菜企业品牌的现状分析	237
四、我国有机蔬菜企业的品牌战略	238
五、有机蔬菜品牌战略管理的策略	238

### 第三节 有机蔬菜经营策略分析 239

一、有机蔬菜市场细分策略	239
二、有机蔬菜市场创新策略	239

三、品牌定位与品类规划	239
四、有机蔬菜新产品差异化战略	239
第四节 有机蔬菜行业投资战略研究	240
一、2019年有机蔬菜行业投资战略	240
二、2020-2026年期间有机蔬菜行业投资战略	241
三、2020-2026年期间细分行业投资战略	244

## 第十五章 研究结论及投资建议 245

### 第一节 有机蔬菜行业研究结论及建议 245

### 第二节 有机蔬菜子行业研究结论及建议 245

### 第三节 有机蔬菜行业投资建议 246

#### 一、行业发展策略建议 246

#### 二、行业投资方向建议 248

#### 三、行业投资方式建议 250

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/170359.html>